

PERBANDINGAN PREFERENSI PELAYANAN EKONOMI PENDUDUK RURAL DAN URBAN DI KABUPATEN SLEMAN

Iis Herliany

herly_115@yahoo.com

Karangploso RT 04/60 No.89 Maguwoharjo, Depok, Sleman, Yogyakarta

R.Rijanta, Rini Rachmawati

Fakultas Geografi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

ABSTRAK

Tulisan ini bertujuan untuk membandingkan karakteristik fasilitas ritel, demografi, sosial ekonomi, dan preferensi fasilitas ritel antara rumah tangga di daerah pedesaan dan perkotaan, serta faktor-faktor yang berhubungan dengan preferensi mereka. Penelitian yang dilakukan di Cangkringan dan Kecamatan Depok sebagai daerah pedesaan dan perkotaan di Kabupaten Sleman. Penelitian ini mengungkapkan bahwa karakteristik fasilitas ritel, sosial-ekonomi rumah tangga dan perilaku dalam pemanfaatan pasar tradisional dan supermarket antara daerah-daerah yang berbeda. Preferensi pasar tradisional berbeda berdasarkan orientasi lokasi pemanfaatan. Preferensi mereka terhadap supermarket juga berbeda berdasarkan tingkat frekuensi pemanfaatan, orientasi lokasi pemanfaatan, dan preferensi faktor daya tarik. Perbedaan-perbedaan terkait dengan karakteristik perilaku sosial-ekonomi, demografi, dan belanja rumah tangga.

Kata kunci: preferensi, jasa ekonomi, pedesaan, perkotaan

ABSTRACT

This paper is aimed at comparing the characteristic of retail facilities, demographic, socio-economic, and the preference of retail facilities between the households in the rural and urban areas, as well as the factors that correlate with those preferences. The research carried out in Cangkringan and Depok District as the rural and urban area in Sleman Regency. The research reveals that the characteristic of retail facilities, household's socio-economics and behavior in the utilization of traditional market and supermarket between those areas are different. The preference of traditional market is different based on the orientation of the utilization location. Their preferences towards supermarket are also different based on the level of the utilization frequency, the orientation of utilization location, and the preference of attractiveness factors. Those differences are related with the socio-economic, demographic, and shopping behavior characteristic of the households.

Key words: preference, economic services, rural, urban

PENDAHULUAN

Sejalan dengan pertumbuhan jumlah penduduk dan perkembangan ekonomi penduduk, maka kebutuhan terhadap jasa pelayanan perdagangan semakin meningkat. Konsekuensinya adalah meningkatnya kebutuhan akan kualitas maupun kuantitas pasar yang merupakan tempat pusat pelayanan jasa perdagangan dan tempat berbelanja untuk memenuhi kebutuhan penduduk. Fenomena yang muncul akibat kondisi tersebut adalah meningkatnya pertumbuhan jumlah pasar-pasar modern, disamping pasar-pasar tradisional yang sudah tumbuh sebelumnya, baik itu di daerah perkotaan maupun perdesaan.

Penelitian Muta'ali (2001) menunjukkan bahwa penduduk wilayah pinggiran lebih banyak berbelanja ke pusat Kota Yogyakarta karena pusat pelayanan yang dibutuhkan lebih lengkap, sehingga penduduk wilayah pinggiran kota tidak memberikan dampak positif bagi perkembangan ekonomi lokal karena manfaat ekonomi hanya dirasakan oleh masyarakat kota. Lebih jelas lagi, penelitian Rini Rachmawati dan Andri Kurniawan (2006) menunjukkan bahwa kegiatan penduduk pinggiran kota dalam berbelanja kebutuhan tahunan dan barang mewah cenderung lebih tinggi berlokasi di Kota Yogyakarta dan alasan-alasan yang mendorong pola pergerakan tersebut terkait dengan kualitas dan kuantitas pelayanan serta aksesibilitas ke kota. Berbagai kelebihan yang ditawarkan oleh pasar modern dibandingkan pasar tradisional pun cenderung membuat konsumen lebih memilih pasar modern sebagai tempat berbelanja. Perubahan preferensi masyarakat, tingkat pendapatan, ketersediaan waktu luang, kemajuan teknologi, biaya transportasi, urbanisasi, dan globalisasi semakin mempengaruhi jumlah pengguna pasar tradisional skala kecil-menengah. Maraknya perkembangan pasar modern seperti minimarket, supermarket, dan hipermarket telah menggeser peran pasar tradisional dan sebagian masyarakat, terutama masyarakat di perkotaan, telah memenuhi kebutuhan rumah tangganya di pasar modern (www.sinarharapan.co.id).

Semakin banyaknya pasar modern sebagai alternatif tempat berbelanja—selain pasar-pasar tradisional yang telah ada sebelumnya—maka semakin beragam pula pertimbangan penduduk dalam memilih jenis tempat belanja. Hal tersebut tentunya sangat tergantung pada preferensi atau selera masing-masing keluarga sehingga akan menghasilkan suatu pola pemilihan tempat belanja berdasarkan faktor-faktor preferensi yang digunakan. Mengacu pada hal tersebut, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kompleks wilayah dalam penelitian geografi, yaitu bentuk penggabungan pendekatan spasial dengan pendekatan ekologis Hagget (1983) dalam Yunus (2005). Pendekatan spasial tampak pada pola distribusi keruangan pasar dan swalayan di daerah penelitian, sedangkan pendekatan ekologis, dalam hal ini adalah hubungan penduduk dengan lingkungan tempat perbelanjaan, dapat dilihat melalui preferensi mereka. Menurut Pipkin dalam Cadwaller (1985), pendekatan preferensi meliputi pengujian dari observasi

terhadap perilaku konsumen yang bertujuan mengetahui struktur preferensi dan kemudian mengetahui keteraturan perilaku konsumen secara spasial.

Adapun penggolongan konsumen Indonesia kedalam golongan perdesaan dan perkotaan dibenarkan berdasarkan perbedaan pendapatan dan kemampuan baca-tulis, sehingga wajar jika terjadi ketidaksamaan antara perilaku konsumen di kota dan di desa Swastha (2000). Namun penelitian Prasetya (2006) di Kecamatan Pakem menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan tingkat sosial ekonomi rumah tangga dalam pemanfaatan fasilitas. Penelitian Ermasari (2005) bahkan menunjukkan adanya kesamaan pola perilaku belanja antara penduduk perumahan mewah dan sederhana di Kecamatan Kasihan dalam hal jenis barang yang dibeli, cara belanja, frekuensi belanja, pola ruang belanja ke pasar tradisional dan pasar modern.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penelitian tentang tempat belanja penduduk perkotaan dan pedesaan sangat menarik untuk dilakukan karena diharapkan akan menghasilkan pola tujuan lokasi belanja yang bervariasi muncul dari karakteristik penduduk yang berbeda, selain itu juga akan terungkap komponen sikap dalam menentukan tujuan lokasi tempat belanja. Tujuan umum tersebut kemudian diterjemahkan kedalam beberapa tujuan berikut ini: (1) membandingkan karakteristik fasilitas perbelanjaan yang ada di daerah rural dan urban, (2) membandingkan karakteristik demografi, sosial ekonomi dan perilaku belanja penduduk di daerah rural dan daerah urban, (3) membandingkan preferensi penduduk rural dan urban dalam pemanfaatan pelayanan ekonomi, (4) mengetahui faktor-faktor yang berhubungan dengan preferensi penduduk rural dan urban dalam pemanfaatan pelayanan ekonomi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode observasi dan survei dengan pendekatan deskriptif-komparatif. Data diperoleh melalui wawancara terstruktur terhadap 40 responden ibu rumah tangga di masing-masing wilayah penelitian berdasarkan metode sistem grid. Metode analisis yang digunakan adalah tabulasi silang, Mann Whitney U-Test, Kai-Kuadrat dan korelasi Kendall Tau.

Kecamatan Cangkringan dipilih sebagai daerah penelitian karena wilayah ini memiliki ciri pedesaan yang letaknya jauh dari pusat Kota Yogyakarta dengan fasilitas pelayanan ekonomi yang terbatas. Sedangkan Kecamatan Depok dipilih sebagai sampel daerah urban karena merupakan salah satu wilayah Aglomerasi Perkotaan Yogyakarta di Kabupaten Sleman yang selain memiliki kedekatan jarak (aksesibilitas) yang tinggi ke pusat perbelanjaan di kota Yogyakarta, juga telah memiliki fasilitas pelayanan ekonomi yang lengkap.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa antara daerah rural dan urban terdapat perbedaan karakteristik fasilitas perbelanjaan. Perbedaan tersebut dapat dilihat pada jumlah dan jenis fasilitas perbelanjaan di daerah rural yang jauh lebih sedikit jika dibandingkan dengan yang ada di daerah urban (Tabel 1).

Swalayan dapat dijumpai di semua desa di Kecamatan Depok dengan jumlah yang cukup banyak, sedangkan di Kecamatan Cangkringan, swalayan hanya dijumpai di Desa Wukirsari. Distribusi keruangan pasar (pasar desa dan pasar pemda) dan swalayan di daerah rural cenderung mengelompok di kota pusat pelayanan lokal dan sekitarnya (Gambar 1), sedangkan di daerah urban cenderung menyebar di semua desa dengan pola yang linier, dan bahkan saling berdekatan antar swalayan, maupun antara swalayan dengan pasar (Gambar 2).

Penduduk selaku konsumen yang memanfaatkan berbagai fasilitas perbelanjaan, tentunya memiliki karakteristik yang beragam. Karakteristik rumah tangga antara kedua daerah penelitian memiliki perbedaan nyata dalam hal tingkat pendidikan ibu rumah tangga, tingkat kepemilikan kendaraan, serta tingkat pendapatan dan pengeluaran keluarga (Tabel 2).

Karakteristik perilaku belanja ke pasar antara rumah tangga di daerah rural dan urban juga cenderung berbeda jika dilihat dari cara ke pasar, penilaian jarak rumah terhadap pasar dan jenis kebutuhan yang dibeli (tabel 3).

Tabel. 1. Jenis dan Jumlah (unit) Fasilitas Perbelanjaan

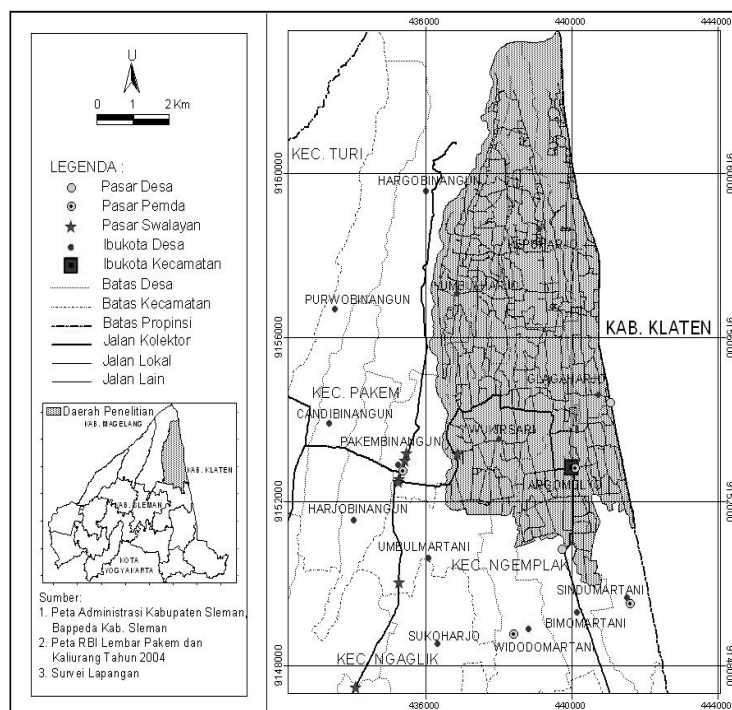
Daerah Rural (Cangkringan)				
Desa	Pasar Umum	Toko	Kios / Warung	Swalayan
Wukirsari	-	3	101	1*
Argomulyo	1	34	92	-
Glagaharjo	1	7	49	-
Kepuharjo	-	7	45	-
Umbulharjo	-	3	53	-
Jumlah	2	54	340	1
Daerah Urban (Depok)				
Desa	Pasar Umum	Toko	Kios/ Warung	Swalayan
Caturtunggal	1	496	827	38
Maguwoharjo	2	369	494	6
Condongcatur	2	414	636	12
Jumlah	5	1.279	1.957	56

Sumber: Kecamatan Cangkringan dan Depok Dalam Angka (2005), Data Potensi Desa (2006), Hasil Survey* (2007)

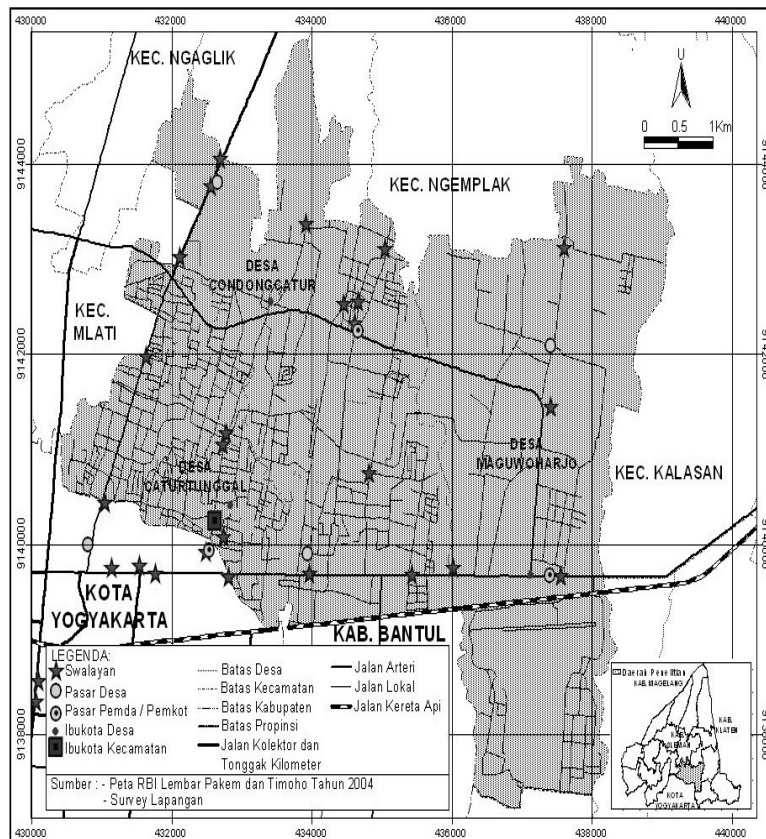
Tabel 2. Karakteristik Sosial Ekonomi

Variabel	Daerah Rural (Kec. Cangkringan)	Daerah Urban (Kec. Depok)
Tingkat Pendidikan IRT		
- Tidak Sekolah	5 %	0 %
- SD	30 %	2,5 %
- SMP	30 %	12 %
- SMA	25 %	47,5 %
- Akademi/PT	10 %	37,5 5 %
Tingkat Kepemilikan Kendaraan		
- Rendah (skor <=3)	67,5 %	27,5 %
- Sedang (skor 3-6)	20 %	47,5 %
- Tinggi (skor > 6)	12,5 %	25 %
Tingkat Pendapatan Keluarga (per Bulan)		
- Rendah (< Rp. 1.500.000)	72,5 %	40 %
- Sedang (Rp. 1.500.000-3.000.000)	22,5 %	37,5 %
- Tinggi (> Rp. 3.000.000)	5 %	22,5 %
Tingkat Pengeluaran Keluarga (per Bulan)		
- Rendah (< Rp. 1.200.000)	80 %	42,5 %
- Sedang (Rp. 1.200.000-2.400.000)	12 %	20 %
- Tinggi (> Rp. 2.400.000)	7,5 %	37,5 %

Sumber: Data Primer, 2007



Gambar 1. Distribusi Pasar dan Swalayan di Kecamatan Cangkringan dan Sekitarnya



Gambar 2. Distribusi Keruangan Pasar dan Swalayan di Kecamatan Depok

Tabel 3. Karakteristik Perilaku Belanja ke Pasar

Variabel	Daerah Rural (Kec. Cangkringan)	Daerah Urban (Kec. Depok)
Sumber informasi tentang pasar:		
- Anggota Keluarga	2,5 %	3,8 %
- Teman	5 %	5 %
- Tetangga	15 %	12,5 %
- Langsung dari penjual	62 %	62,5 %
- Brosur/pamflet	30 %	2,5 %
- Iklan TV/Radio	30 %	12 %
- Kebiasaan berlangganan	25 %	47,5 %
Motivasi Kunjungan ke Pasar		
- Membeli Kebutuhan	85 %	95 %
- Refreshing	7,5 %	2,5 %
- Prestise/kebanggaan	2,5 %	2,5 %
- Kepentingan bisnis/usaha	5 %	0 %
Pengambil keputusan dalam memilih pasar		
- Sendiri (istri)	72,5 %	40 %
- Suami	22,5 %	37,5 %
- Sekuruh keluarga	5 %	22,5 %
- Anak		

Cara ke pasar		
- Jalan kaki	2,5 %	10 %
- Naik sepeda	2,5 %	17,5 %
- Naik sepeda motor	67,5 %	62,5 %
- Naik mobil	0 %	7,5 %
- Angkutan umum	27,5 %	2,5 %
Jarak ke pasar		
- Dekat	2,5 %	37,5 %
- Sedang	30 %	57,5 %
- Jauh	67,5 %	10 %
Jenis kebutuhan yang dibeli di pasar:		
- Convenience goods	67,5 %	97,5 %
- Convenience-shopping goods	32,5 %	2,5 %

Sumber: Data Primer, 2007

Sebagian besar (67,5 %) responden di daerah rural menggunakan sepeda motor untuk pergi ke pasar dan hanya sebagian kecil yang berjalan kaki atau naik sepeda ke pasar. Kecenderungan yang berbeda terjadi di daerah urban karena meskipun sebagian besar (62,5 %) responden juga menggunakan motor, tetapi prosentase yang terkecil (3 %) menggunakan angkutan umum (Tabel 3). Kondisi tersebut menggambarkan pentingnya peranan sepeda motor sebagai alat transportasi utama penduduk di kedua daerah itu untuk pergi ke pasar. Proporsi penggunaan angkutan umum untuk ke pasar di kalangan penduduk daerah rural yang lebih tinggi daripada daerah urban mengindikasikan tingginya peranan angkutan umum dalam mendukung mobilitas penduduk daerah rural ke berbagai fasilitas pelayanan ekonomi. Sementara itu, cukup tingginya prosentase penduduk daerah urban yang menggunakan sepeda atau pun berjalan kaki untuk ke pasar menggambarkan tingginya keterjangkauan pasar-pasar yang ada di daerah urban.

Salah satu konsep pengukuran jarak yang digunakan dalam kajian model perilaku pembuatan keputusan keruangan oleh konsumen menurut Cadwaller (1985) adalah jarak kognitif (*cognitive distance*). Mengacu pada hal itu, maka dalam penelitian ini juga dilakukan pengukuran jarak tempat tinggal terhadap pasar dan swalayan yang sering dikunjungi oleh responden sesuai dengan kognisi atau pemahaman masing-masing responden. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar (67,5 %) responden di daerah rural menganggap bahwa pasar yang sering mereka kunjungi memiliki jarak yang jauh terhadap tempat tinggal, tetapi lain halnya dengan di daerah urban yang sebagian besar respondennya (52,5 %) menilai bahwa jarak pasar tergolong sedang. (Tabel 3).

Dilihat dari jenis kebutuhan yang sering dibeli di pasar, penduduk daerah urban cenderung lebih memanfaatkan pasar untuk berbelanja kebutuhan tingkat rendah (*convenience goods*) dibandingkan penduduk daerah rural.

Terkait dengan pemanfaatan swalayan, karakteristik perilaku belanja ke swalayan antara rumah tangga di daerah rural dan urban juga cenderung berbeda jika dilihat dari suber inforasi tentang swalayan, cara ke swalayan, penilaian jarak rumah terhadap swalayan, dan jenis kebutuhan yang dibeli di swalayan.

Tabel 4. Karakteristik Perilaku Belanja ke Swalayan

Variabel	Daerah Rural (Kec. Cangkringan)	Daerah Urban (Kec. Depok)
Sumber Informasi tentang lokasi dan produk yang dijual di swalayan:		
- Anggota Keluarga	38,7 %	10,3 %
- Tetangga	16,1 %	10,3 %
- Langsung dari penjual	9,7 %	23,1 %
- Brosur/pamflet	0 %	33,3 %
- Iklan TV/Radio	0 %	5,1 %
- Kebiasaan berlangganan	16,1 %	17,9 %
Motivasi Kunjungan ke swalayan:		
- Membeli Kebutuhan	45 %	75 %
- Refreshing	22,5 %	12,5 %
- Menyenangkan keluarga	7,5 %	5 %
- Prestise/kebanggaan	0 %	2,5 %
- Kepentingan bisnis/usaha	2,5 %	2,5 %
- Lain-lain	22,5 %	2,5 %
Pengambil keputusan pememilihan swalayan:		
- Sendiri (istri)	55 %	82 %
- Suami	5 %	0 %
- Sekuruh keluarga	7,5 %	12,5 %
- Anak	10 %	2,5 %
- Lain-lain	22,5 %	2,5 %
Cara ke swalayan:		
- Jalan kaki	0 %	5 %
- Naik sepeda	0 %	7,5 %
- Naik sepeda motor	67,5 %	47,5 %
- Naik mobil	2,5 %	32,5 %
- Angkutan umum	2,5 %	5 %
- Lain-lain	22,5 %	2,5 %
Jarak ke swalayan:		
- Dekat	0 %	38,2 %
- Sedang	9,7 %	30,8 %
- Jauh	90,3 %	41 %
Jenis kebtuhan yang dibeli di pasar		
- Convenience goods	29 %	92,3 %
- Shopping goods	48,4 %	2,6 %
- Convenience-shopping goods	16,1 %	2,6 %
- Convenience-shopping-speciality goods	6,5 %	2,6 %

Sumber: Data Primer, 2007

Komponen *cognitive* (pengetahuan) dalam penelitian ini diukur dengan mengetahui sumber-sumber informasi yang menjadi acuan dan pengaruh relatif terhadap keputusan tempat belanja yang dipilih. Setiap informasi menjalankan fungsi yang berbeda dalam mempengaruhi keputusan pembelian dan keputusan tempat atau lokasi pembelian. Sebagian besar rumah tangga di daerah rural menyatakan memperoleh informasi tentang swalayan dari sumber pribadi seperti anggota keluarga (38,7 %), sedangkan sebagian besar rumah tangga di daerah urban (33 %) memanfaatkan sumber komersial seperti brosur/pamflet (Tabel 4).

Selanjutnya, meskipun Tabel 4 menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk di daerah rural dan urban menggunakan kendaraan pribadi berupa sepeda motor untuk pergi ke swalayan, namun di sisi lain tampak bahwa proporsi penggunaan mobil untuk ke swalayan oleh rumah tangga di daerah urban jauh lebih tinggi (32,5 %) dibandingkan di daerah rural (7,5 %). Selain itu, jika di daerah urban ditemui sejumlah kecil responden yang pergi ke pasar dengan berjalan kaki maupun naik sepeda, namun tidak demikian halnya di daerah rural. Hal ini karena pada umumnya swalayan-swalayan di daerah urban berada dekat dengan lingkungan permukiman dan bahkan berada di tengah-tengah permukiman sehingga dapat dijangkau dengan hanya berjalan kaki maupun bersepeda. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kecenderungan perbedaan cara pergi ke swalayan antara penduduk daerah rural dan urban.

Penilaian jarak kognitif tempat tinggal terhadap swalayan yang sering dimanfaatkan penduduk daerah rural dan urban juga menunjukkan kecenderungan yang berbeda. Tabel 4 menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar responden di kedua daerah penelitian menilai jaraknya tergolong jauh, namun proporsi responden di daerah rural yang memiliki penilaian semacam itu persentasenya jauh lebih tinggi (90,3 %) daripada di daerah urban (41 %). Selain itu, di daerah rural juga tidak ada responden yang menganggap bahwa jarak swalayan yang sering mereka kunjungi adalah dekat.

Berdasarkan jenis kebutuhan yang biasa dibeli di swalayan, data pada Tabel 4 menunjukkan bahwa 48,4 % penduduk rural cenderung memanfaatkan swalayan untuk membeli kebutuhan tingkat sedang (*shopping goods*), sementara hampir seluruh penduduk daerah urban memanfaatkan swalayan untuk membeli kebutuhan tingkat rendah (*convenience goods*). Kelengkapan barang dagangan di swalayan yang pada umumnya lebih tinggi daripada pasar menambah pilihan jenis barang bagi konsumen, sehingga tidak menutup kemungkinan bagi konsumen untuk memanfaatkan swalayan sebagai tempat membeli kebutuhan berorde tinggi.

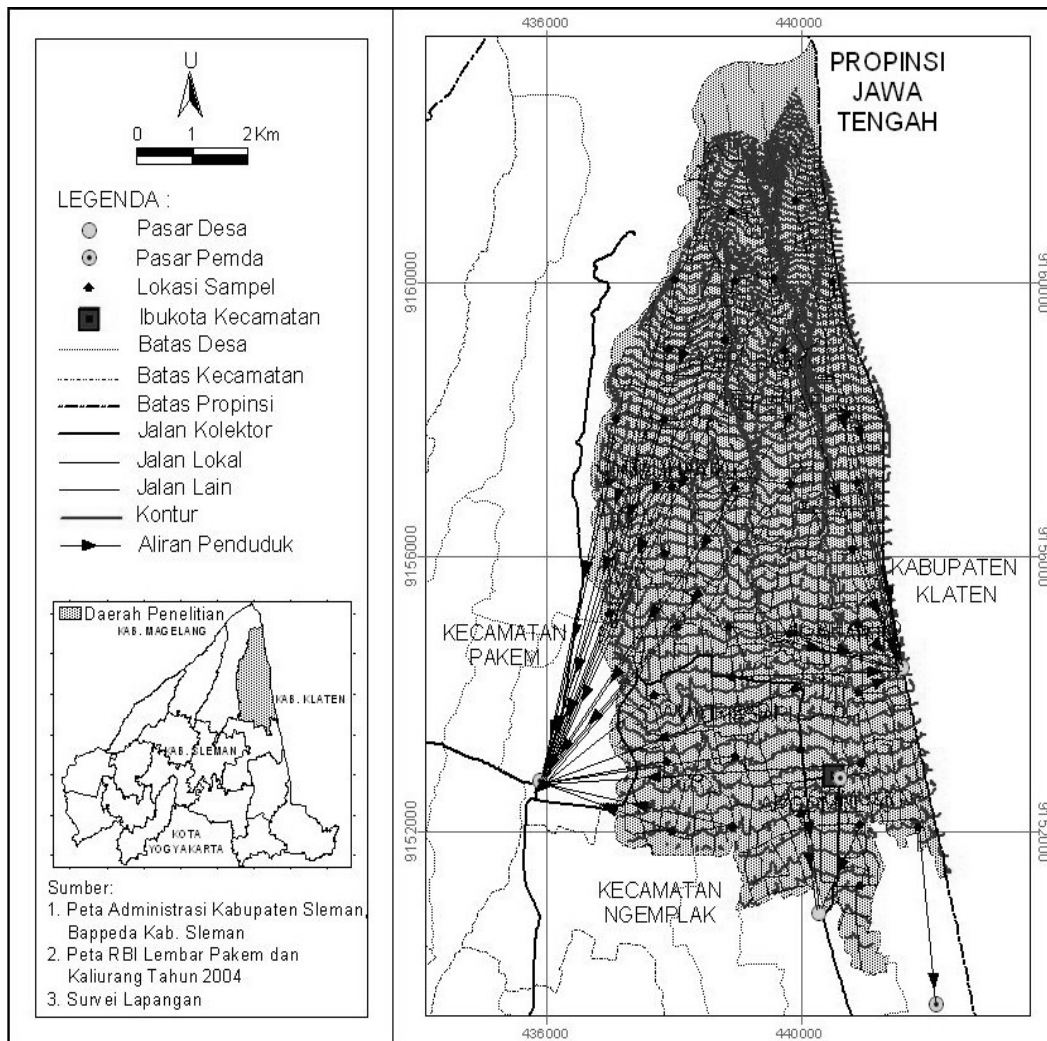
Tabel.5. Preferensi Pemanfaatan Pasar dan Swalayan

Variabel	Daerah Rural (Kec. Cangkringan)	Daerah Urban (Kec. Depok)
Frekuensi Pemanfaatan Pasar		
- <5 kali/bulan (rendah)	57,5 %	52,2 %
- 5-9 kali/bulan (sedang)	30 %	5 %
- >9 kali/bulan (tinggi)	12,5 %	27,5 %
Frekuensi Pemanfaatan Swalayan		
- <5 kali/bulan (rendah)	70,9 %	33,3 %
- 5-9 kali/bulan (sedang)	16,1 %	26 %
- >9 kali/bulan (tinggi)	12 %	21,35 %
Preferensi Lokasi Pemanfaatan Pasar		
- Dalam satu desa	17,5 %	82,5 %
- Diluar desa	7,5 %	7,5 %
- Diluar kecamatan	75 %	0 %
- Diluar kabupaten	0 %	10 %
Preferensi Lokasi Pemanfaatan Swalayan		
- Dalam satu desa	0 %	35,9 %
- Diluar desa	0 %	35,9 %
- Diluar kecamatan	77,4 %	0 %
- Diluar kabupaten	16,1 %	28,2 %
- Diluar propinsi	6,5 %	0 %

Sumber: Data Primer, 2007

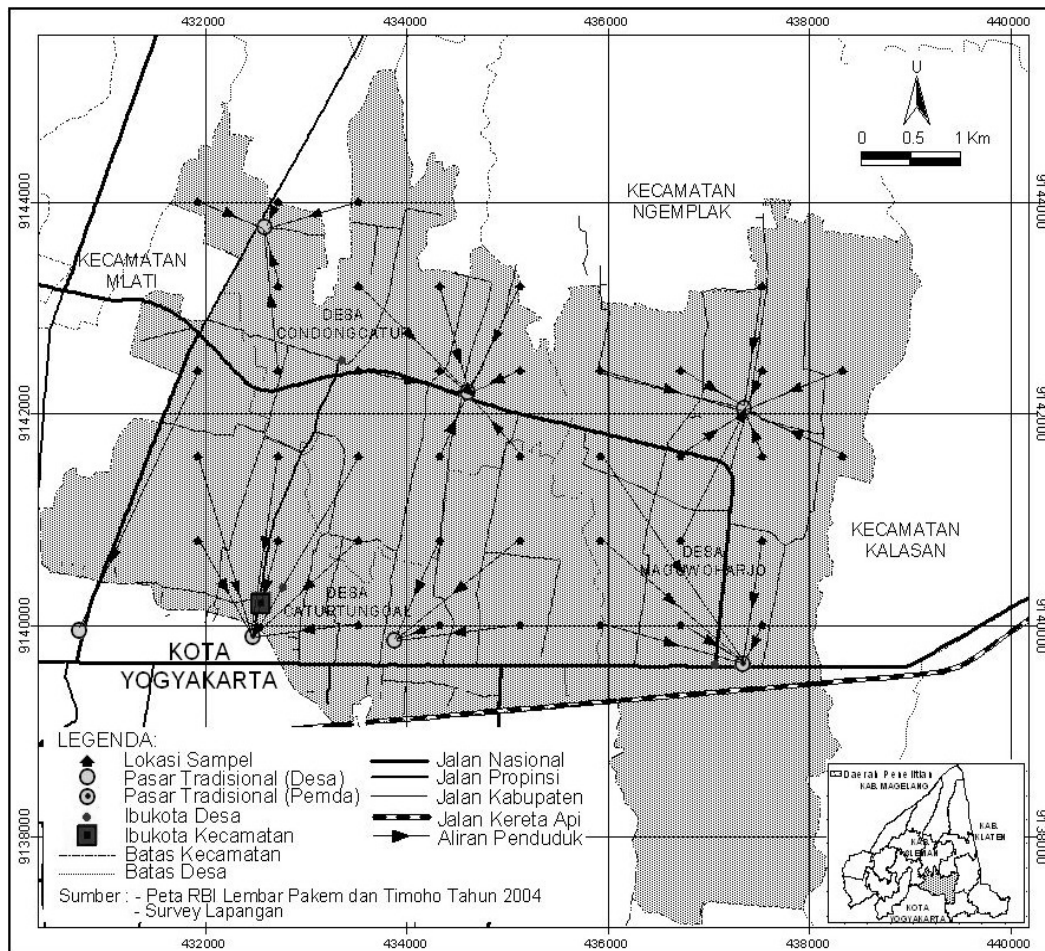
Preferensi pemanfaatan pasar dan swalayan tercermin dalam tingkat frekuensi pemanfaatan, orientasi lokasi pemanfaatannya serta preferensi daya tariknya. Nampaknya sebagian besar responden di daerah rural (57,5%) dan urban (52,2%) tergolong memiliki tingkat frekuensi pemanfaatan yang rendah terhadap pasar. Namun dalam pemanfaatan swalayan, penduduk di daerah rural tergolong sangat jarang memanfaatkan swalayan dibandingkan daerah urban karena 70% responden di daerah rural memiliki frekuensi pemanfaatan yang rendah. (Tabel 5).

Selanjutnya, ditinjau dari preferensi orientasi lokasi pemanfaatan pasar, Tabel 5 menunjukkan adanya perbedaan antara kedua daerah penelitian karena penduduk di daerah rural memiliki tingkat orientasi lokasi pemanfaatan pasar yang lebih tinggi (menyebar ke luar kecamatan). Lebih jelasnya, dari sekitar 75 % penduduk Kecamatan Cangkringan yang memanfaatkan pasar di luar kecamatan, sebagian besar diantaranya memilih ke Kecamatan Pakem, terutama penduduk yang tinggal di bagian barat dan hanya sebagian kecil yang memilih ke Kecamatan Ngemplak (Gambar 3). Fenomena tersebut terkait dengan adanya bagian wilayah yang memiliki kontur rapat dan memanjang dari utara ke selatan, yang juga menggambarkan adanya igir dan sungai yang memanjang dari utara ke selatan (Gambar 3). Kondisi itu menyebabkan penduduk di bagian timur hanya dapat menjangkau pasar di bagian timur (Pasar Butuh) dan mengalami hambatan dalam mengakses pasar lain di dalam maupun di luar wilayah (Pasar Pakem).



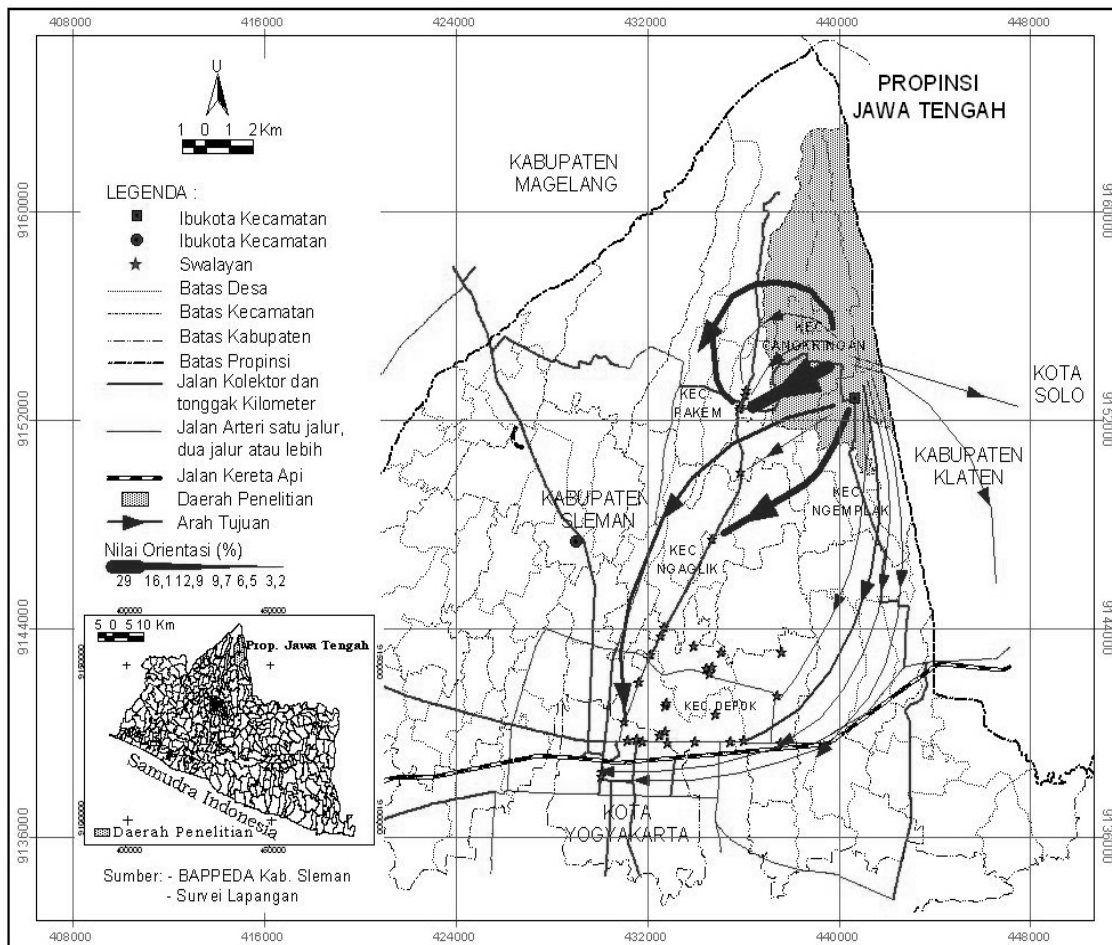
Gambar 3. Peta Aliran Pemanfaatan Pasar oleh Penduduk Kecamatan Cangkringan

Sementara itu, sebagian besar (82 %) penduduk urban (Kecamatan Depok) memanfaatkan pasar di dalam desa tempat tinggal (Tabel 5). Namun lebih rinci lagi tampak bahwa sebagian besar penduduk Desa Caturtunggal memilih belanja ke pasar yang ada di Kota Yogyakarta (Gambar 4). Hal itu lebih lebih dikarenakan kedekatan fisik wilayah dengan pasar terdekat yang secara administratif berada di Kota Yogyakarta. Namun secara keseluruhan tampak bahwa penduduk Kecamatan Depok memiliki pola keruangan pemanfaatan pasar yang mengelompok di dalam kecamatan atau dengan kata lain, kebutuhan penduduk di Kecamatan Depok terhadap pasar telah dapat dipenuhi di dalam satu kecamatan.



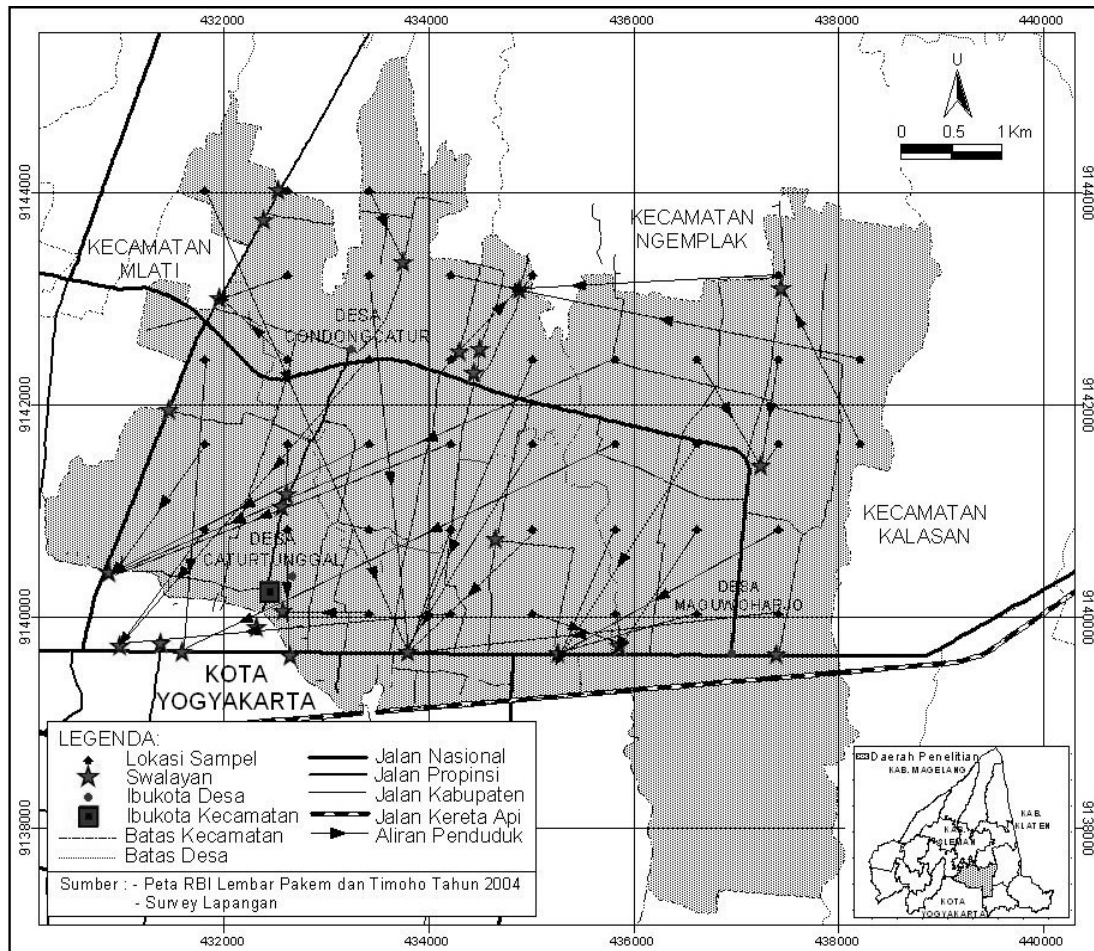
Gambar 4. Peta Aliran Pemanfaatan Pasar oleh Penduduk Kecamatan Depok

Namun terkait dengan orientasi lokasi pemanfaatan swalayan, tampaknya penduduk daerah rural memiliki tingkat orientasi keruangan lokasi pemanfaatan lebih tinggi atau menyebar keluar kecamatan (Tabel 5). Hal itu diperjelas pula dengan Gambar 5 yang menunjukkan bahwa dari 77,4 % penduduk Kecamatan Cangkringan yang memanfaatkan swalayan di luar kecamatan, 29 % diantaranya memilih swalayan di Kecamatan Pakem, 19,3 % ke daerah sekitarnya dan sisanya ke Kota Yogyakarta. Pemanfaatan swalayan yang cenderung ke Kota Pakem tersebut selain didasarkan pada rendahnya tingkat ketersediaan swalayan di dalam wilayah, didukung pula oleh kemudahan sarana prasarana transportasi pendukungnya. Kondisi tersebut juga menunjukkan bahwa penduduk telah bersedia untuk “melewati” pusat perdagangan terdekat (Kota Pakem) untuk berbelanja di tempat yang lebih jauh (Kota Yogya) yang menawarkan pilihan-pilihan dan fungsi-fungsi dengan *range* yang lebih besar.



Peta 5. Peta Orientasi Pemanfaatan Swalayan oleh Penduduk Kecamatan Cangkringan Hasil Generalisasi

Sementara itu, penduduk daerah urban memiliki tingkat orientasi keruangan lokasi pemanfaatan swalayan yang tinggi karena sebagian besar memanfaatkan swalayan yang ada di dalam wilayah kecamatan atau memiliki pola pemanfaatan yang cenderung mengumpul di dalam kecamatan (Gambar 6). Kondisi semacam itu wajar terjadi karena fasilitas perbelanjaan modern, termasuk swalayan, cukup banyak tersedia di wilayah Kecamatan Depok dan bahkan dapat dijumpai di setiap desa (Gambar 2).



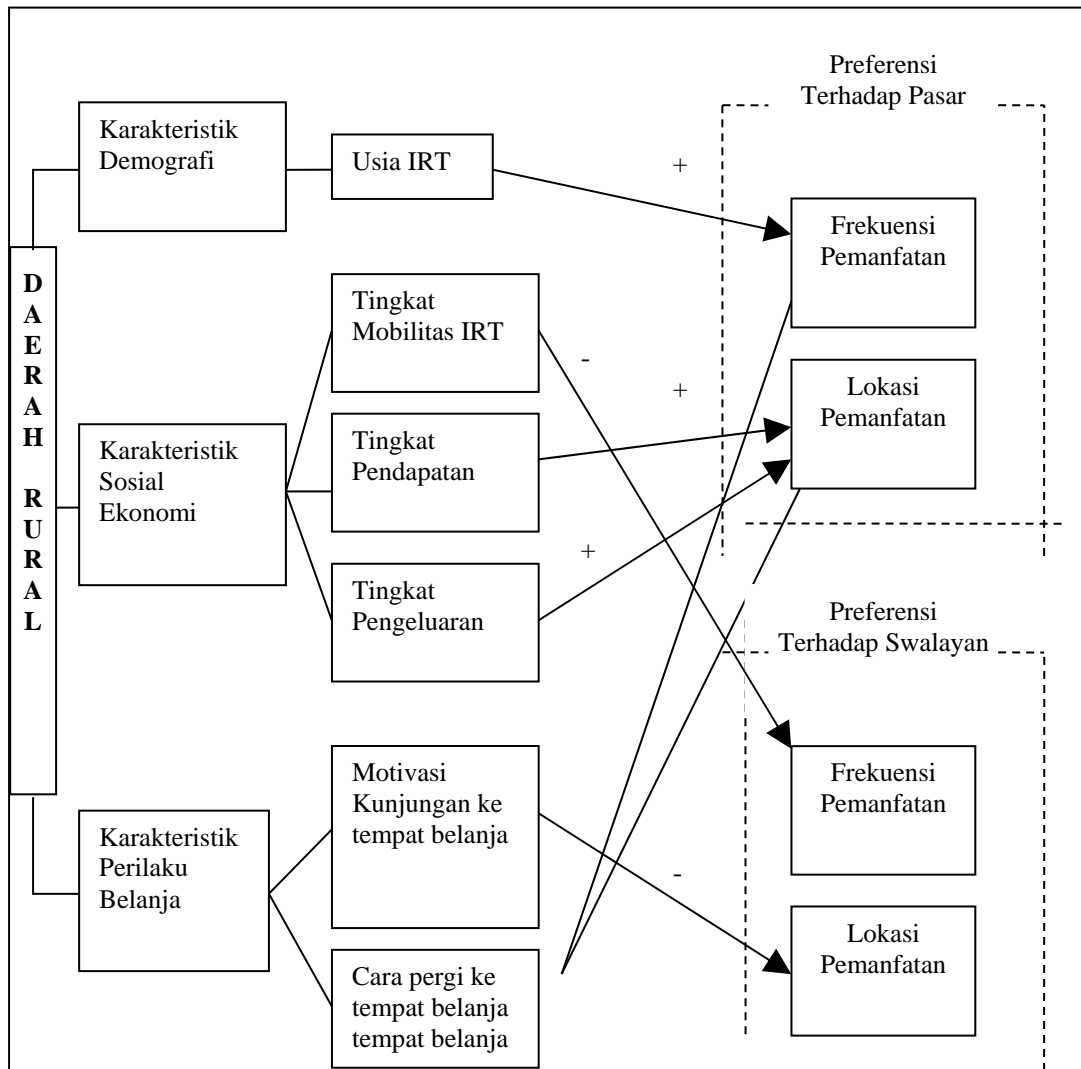
Gambar 6. Peta Aliran Pemanfaatan Swalayan oleh Penduduk Kecamatan Depok

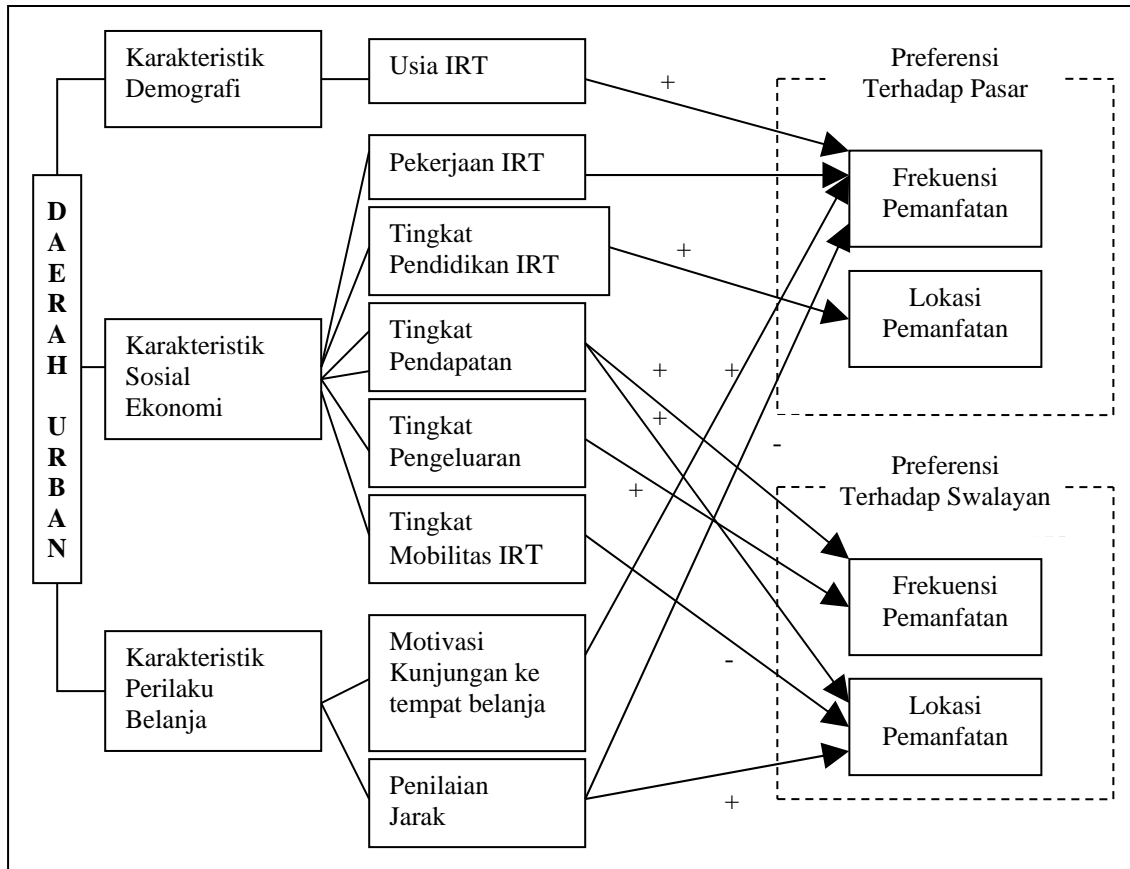
Selanjutnya, preferensi penduduk terhadap daya tarik pasar antara kedua daerah penelitian menunjukkan kesamaan, yaitu memilih suatu pasar yang dianggap “ideal” jika pasar tersebut: (1) menjual produk dengan harga murah, (2) dekat tempat tinggal, dan (3) menjual produk yang lengkap (bervariasi). Terkait dengan preferensi daya tarik terhadap swalayan, penduduk di kedua daerah penelitian memilih faktor harga yang murah, kelengkapan (variasi) produk yang dijual serta faktor kedekatan dengan tempat tinggal dalam memilih suatu swalayan. Namun penduduk daerah rural lebih menitik-beratkan pilihannya pada faktor harga yang murah, sedangkan penduduk urban lebih menitik-beratkan pilihan pada faktor kelengkapan (variasi) produk yang dijual.

Perbedaan-perbedaan preferensi pemanfaatan pasar maupun swalayan yang terjadi antara kedua daerah penelitian tersebut berhubungan dengan beberapa faktor. Tampak bahwa usia ibu rumah tangga berhubungan positif terhadap frekuensi pemanfaatan pasar di kedua daerah penelitian (Gambar 1). Artinya,

semakin tinggi usia ibu rumah tangga di daerah rural maupun urban, diikuti pula oleh semakin tingginya frekuensi pemanfaatan pasar.

Adanya hubungan positif antara tingkat mobilitas ibu rumah tangga dengan frekuensi pemanfaatan swalayan di daerah urban seperti pada Gambar 7 dapat dijelaskan melalui pernyataan Kotler (1997) yang menyebutkan bahwa kelas sosial merupakan salah satu karakteristik konsumen dalam perilaku pembelian, yang salah satu indikatornya adalah tingkat mobilitas.





Gambar.7. Skema Hubungan Antara Karakteristik Penduduk di Daerah Rural dan Urban dengan Preferensi Pemanfaatan Pasar dan Swalayan

Tampak pula bahwa di daerah urban, karakteristik ekonomi berupa tingkat pengeluaran berhubungan dengan frekuensi pemanfaatan swalayan, namun tidak demikian halnya di daerah rural. Fakta bagi daerah rural tersebut sesuai dengan pernyataan Asnawi (dalam www.republika.co.id) bahwa segmen pembeli antara pasar tradisional dan pasar modern jelas berbeda karena rata-rata orang yang masuk pasar modern adalah kelas menengah keatas. Temuan tentang adanya hubungan positif antara tingkat pendapatan dan tingkat pengeluaran keluarga di daerah rural terhadap preferensi lokasi pemanfaatan pasar sesuai dengan proposisi yang diungkapkan oleh Golledge & R.J. Smitson (1997) bahwa aktivitas adalah fungsi dari preferensi, selera, informasi dan keadaan keuangan. Keduanya juga menyebutkan bahwa faktor pendapatan, pendidikan, pekerjaan dan status sosial dapat berpengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap ruang kegiatan seseorang. Selain itu, dapat dikaitkan pula dengan uraian Fellmann (2003) yang menyebutkan bahwa luasnya ruang aktivitas dipengaruhi oleh jenis mobilitas, yaitu kemampuan melakukan perjalanan yang berkaitan dengan kendaraan dan keuangan (anggaran)

untuk melakukan suatu aktivitas. Terkait dengan penelitian ini, keuangan yang dimaksud dapat juga diartikan sebagai tingkat pendapatan rumah tangga. Perbedaan pola hubungan tingkat pendapatan terhadap preferensi lokasi pemanfaatan pasar dan swalayan antara kedua daerah penelitian tersebut terjadi karena seperti yang dinyatakan oleh Swastha (2000) bahwa ketidaksamaan perilaku konsumen di kota dan di desa yang salah satunya berdasarkan pada pendapatan, merupakan hal yang wajar terjadi.

Selanjutnya, perilaku penduduk dalam berbelanja, yang salah satunya digambarkan oleh cara kepergian ke pasar, ternyata berhubungan dengan preferensi terhadap pasar di daerah rural, namun tidak demikian halnya di daerah urban. Hal tersebut sekilas menggambarkan perbedaan transportasi yang digunakan oleh penduduk di daerah rural dan daerah urban. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa di daerah urban, penilaian jarak tempat tinggal terhadap tempat belanja oleh penduduk ternyata berhubungan positif terhadap frekuensi pemanfaatan pasar dan preferensi lokasi pemanfaatan swalayan. Pola hubungan semacam itu sesuai dengan model pengambilan keputusan keruangan pemilihan tempat belanja yang diuraikan oleh Cadwallar (1985) yang menyatakan bahwa proporsi konsumen yang mengunjungi tempat belanja tertentu akan berkurang sejalan dengan bertambahnya jarak (*distance decay*)

KESIMPULAN

Kesimpulan pertama dari penelitian ini adalah bahwa antara kedua daerah penelitian, selain ditemukan adanya perbedaan karakteristik fasilitas perbelanjaan yang ada juga ditemukan adanya perbedaan karakteristik karakteristik sosial ekonomi rumah tangga serta karakteristik perilaku belanja ke pasar maupun ke swalayan. Kedua, ditemukan pula perbedaan preferensi dalam pemanfaatan pasar maupun swalayan. Preferensi terhadap pasar tampak berbeda ditinjau dari orientasi lokasi pemanfaatannya, namun menunjukkan kecenderungan yang sama jika dilihat dari tingkat frekuensi pemanfaatannya dan daya tariknya. Preferensi pemanfaatan swalayan juga berbeda secara nyata dilihat dari tingkat frekuensi dan orientasi lokasi pemanfaatannya serta preferensi daya tariknya. Perbedaan-perbedaan tersebut berhubungan dengan beberapa karakteristik demografi, sosial ekonomi rumah tangga, serta perilaku ibu rumah tangga dalam berbelanja atau memanfaatkan pasar dan swalayan.

Pengembangan fasilitas perbelanjaan yang sesuai dengan karakteristik wilayah dan karakteristik penduduk didalamnya, sangat penting untuk dilakukan agar dapat mendukung pemenuhan kebutuhan penduduk yang semakin meningkat dan beragam. Terkait dengan pengembangan fasilitas perbelanjaan yang ideal bagi pemenuhan kebutuhan penduduk di daerah rural dan daerah urban tersebut, maka pengembangan pasar tradisional dan pasar modern perlu dilaksanakan sesuai dengan kondisi karakteristik fasilitas perbelanjaan dan karakteristik penduduk di

masing-masing wilayah dengan berpedoman pada kebijakan pengembangan wilayah yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Cadwaller, M.T.1985. *Analitical Urban Geography*. New Jersey: Prentice-Hall.Inc. Englewood Cliff.
- Ermasari, A. 2004. Preferensi Terhadap Pasar Tradisional dan Swalayan dalam Perilaku Belanja Penduduk Perumahan di Kecamatan Kasihan Kabupaten Dati II Bantul. *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Geografi UGM.
- Fellmann, J. D, Getis, A & Getis J. 2003. *Human Geography: Landscape of Human Activities*. New York: McGraw Hill.
- Golledge, R G, & R. J. Smitson. 1997. *Spatial Behavior: A Geographic Perspective*. New York and London: Guilford Press.
- Kotler, P.1997. *Manajemen Pemasaran. Marketing Management 9e. Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol. Jilid 1*. Jakarta: Prenhallindo.
- Muta'ali, Luthfi.2001. *Peranan Wanita dalam Pemberdayaan Ekonomi Lokal Studi Kasus Pola Ruang Belanja Wanita di Kompleks Perumahan, Daerah Pinggiran Kota*. *Majalah Geografi Indonesia*, 15 (2), hal 101-118.
- Prasetya, B. 2006. *Pengaruh Kondisi Sosial Ekonomi Rumah Tangga Terhadap Preferensi Pemanfaatan Fasilitas Pelayanan Ekonomi di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman*.*Skripsi*,Yogyakarta: Fakultas Geografi UGM.
- Rachmawati, R. & Kurniawan, A. 2006. *Pola Pergerakan Keruangan Penduduk Pinggirn Kota dan Pengaruhnya Terhadap Konsentrasi Kegiatan di Kota Yogyakarta*. *Majalah Geografi Indonesia*, 20 (1), hal 20-31.
- Sinar Harapan. 2004. *Hasil Penelitian AC Nielsen: Pasar Modern Terus Geser Peran Pasar Tradisional*. Diakses tanggal 13 April 2007, dari <http://www.sinarharapan.co.id/ekonomi/promarketing/2004/0622/prom1.html>.
- Swastha, B & Tani, T. 2000. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen* Yogyakarta: BPFE.
- Yunus, H.S. 2005. *Strukur Tata Ruang Kota*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.